



---

## PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS REKREASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE SITU BAGENDIT

Oleh

Putri Wafda Fauziah<sup>1</sup>, Fitria Rahmafitria<sup>2</sup>, Rosita<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[putriwafdafauziah.ixc@gmail.com](mailto:putriwafdafauziah.ixc@gmail.com)

### Abstrak

*One of the key factors for tourists in choosing a destination is its attractions, both natural and recreational facilities. The general concept suggests that natural attractions and recreational facilities positively influence the decision to visit. This study aims to analyze the impact of these two factors on tourists' decisions at Situ Bagendit and compare the magnitude of their influence. The revitalization of Situ Bagendit has increased visitor numbers, but many tourists still feel dissatisfied. This research employs a quantitative method with SEM PLS analysis using the Smart PLS 3 application, involving 100 respondents who visited Situ Bagendit between 2018-2023, selected using the Slovin formula and online questionnaires. The results show that natural attractions influence visiting decisions by 68.2%, while recreational facilities account for 23.5%. Thus, natural attractions have a greater impact than recreational facilities on tourists' decisions to visit Situ Bagendit.*

**Keywords :** *Natural Attractions; Recreational Facilities; Decision To Visit; Tourist Destinations*

### PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik secara lokal maupun nasional. Dalam konteks Indonesia, potensi pariwisata sangat besar karena keanekaragaman alam, budaya, dan sejarah yang dimiliki.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam menarik perhatian wisatawan adalah keunggulan destinasi, yang mencakup keindahan alam, keunikan budaya, dan fasilitas rekreasi yang mendukung (Yoeti, 2002). Menurut Kabu (2019) daya tarik wisata yang menonjol dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik dan internasional, meningkatkan jumlah kunjungan, serta berkontribusi terhadap pendapatan ekonomi lokal.

Daya tarik alam dan fasilitas rekreasi merupakan dua faktor kunci yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang melibatkan analisis

atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, pelayanan kepada konsumen, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian (Kotler et al., 2017). Situ Bagendit, sebuah destinasi wisata alam di Kabupaten Garut, Jawa Barat, merupakan contoh destinasi yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Revitalisasi besar-besaran yang dilakukan pada 2020–2022 telah memberikan wajah baru bagi Situ Bagendit, termasuk penambahan fasilitas seperti menara swafoto, gedung amphitheater, area kuliner, dan masjid apung. Revitalisasi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memberikan pengalaman wisata yang lebih baik kepada pengunjung. Data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut menunjukkan bahwa setelah revitalisasi, kunjungan ke Situ Bagendit meningkat signifikan, mencapai 181.197 pengunjung pada tahun 2023, tertinggi dalam lima tahun terakhir.



Namun, peningkatan kunjungan tersebut tidak sepenuhnya diiringi dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Beberapa wisatawan mengungkapkan ketidakpuasan terhadap pemeliharaan fasilitas dan kebersihan lingkungan. Dedi, salah satu pemandu wisata di Kabupaten Garut, mengungkapkan bahwa meskipun revitalisasi telah dilakukan dan kunjungan meningkat, wisatawan cenderung hanya ingin berkunjung sekali saja dan tidak berniat untuk kembali karena merasa tidak cukup puas. Menurut Suryana Arif, meskipun ia datang saat cuaca cerah dan menikmati pemandangan yang indah, banyak tanaman air yang tidak dibersihkan, yang membuat danau terlihat kurang terawat dibandingkan saat peresmian revitalisasi. Ia berharap pemerintah daerah lebih memperhatikan pemeliharaan Situ Bagendit ke depannya. Sementara itu, Autumn Windy Alwasilah menyoroti bahwa meskipun hasil kerja Ridwan Kamil tidak mengecewakan, intervensi dari pihak lain telah menyebabkan kawasan tersebut menjadi agak kumuh dengan banyak sampah, pedagang asongan, dan toilet yang kurang bersih. Ia menyatakan bahwa jika kawasan ini bisa dirawat dengan baik, Situ Bagendit berpotensi menjadi ikon Garut. Ulasan-ulasan dari *Google Review* ini menunjukkan bahwa meskipun revitalisasi telah membawa perubahan positif, masih diperlukan upaya berkelanjutan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas fasilitas serta kebersihan lingkungan agar dapat meningkatkan kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan. Dalam industri pariwisata, kunci untuk meraih keuntungan adalah dengan menciptakan pengalaman hedonis berkualitas tinggi serta menyediakan perjalanan yang bermakna, unik, dan berkesan, sehingga dapat meningkatkan retensi wisatawan (Coudounaris & Sthapit, 2017).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa daya tarik alam dan fasilitas rekreasi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung (Dewi et al., 2020; Susianto et al., 2022). Penelitian

lain menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menarik wisatawan meliputi electronic word of mouth, daya tarik, fasilitas, harga, citra destinasi, lokasi, aksesibilitas, media promosi, ketersediaan transportasi, dan tempat sampah. Dari sembilan faktor tersebut, hanya tiga yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan domestik, yaitu electronic word of mouth, daya tarik, dan aksesibilitas (Mulyati, 2019). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung, sementara fasilitas dan aksesibilitas tidak memberikan dampak signifikan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, untuk mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung, perlu dilakukan perbaikan pada daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas. Jika perubahan ini diterapkan, jumlah kunjungan wisatawan dapat meningkat (Daulay, 2022). Penelitian lain pun mengatakan bahwa fasilitas wisata memiliki dampak terhadap keputusan kunjungan wisatawan, sedangkan potensi daya tarik wisata tidak mempengaruhi keputusan tersebut (Wulandari et al., 2022). Penelitian ini berusaha untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam perbandingan pengaruh antara daya tarik alam dan fasilitas rekreasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Situ Bagendit.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik alam terhadap keputusan kunjungan wisatawan, serta mengevaluasi sejauh mana fasilitas rekreasi berkontribusi dalam keputusan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan membandingkan pengaruh daya tarik alam dan fasilitas rekreasi terhadap keputusan wisatawan dalam memilih Situ Bagendit sebagai destinasi mereka.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak Smart PLS 3. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang



disebarkan kepada 100 responden yang telah mengunjungi Situ Bagendit pada periode 2018–2023. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Proses pengumpulan data ini juga dilengkapi dengan wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Situ Bagendit dan sektor pariwisata lainnya di Indonesia. Hasilnya dapat menjadi landasan untuk pengambilan keputusan dalam merancang strategi pengelolaan daya tarik dan fasilitas destinasi wisata, guna meningkatkan pengalaman dan kepuasan wisatawan. Secara ilmiah, penelitian ini dapat menambah literatur terkait perilaku konsumen dalam pariwisata, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Lebih jauh lagi, temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada optimalisasi pengembangan pariwisata berbasis keberlanjutan di tingkat lokal dan nasional.

## LANDASAN TEORI

### Daya Tarik Wisata

Berlandaskan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala hal yang memiliki nilai, kemudahan, serta keistimewaan yang meliputi keragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil karya manusia yang menjadi tujuan atau tempat kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata yaitu aktivitas serta fasilitas yang menarik pengunjung atau wisatawan guna mengunjungi suatu tempat atau daerah tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik merupakan elemen utama yang perlu diperhatikan untuk mengoptimalkan potensi suatu destinasi wisata (Wulandari et al., 2022). Pitana & Diarta (2009) mengartikan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu destinasi dan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Sedangkan pendapat dari Warpani & Warpani (2007) daya tarik wisata (tourist attraction) merupakan segala sesuatu yang menjadi pemicu kunjungan wisatawan.

Sebuah objek wisata akan semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan jika memiliki atraksi wisata yang berfungsi sebagai daya tarik utamanya (Lapian et al., 2015). Menurut Kabu (2019), daya tarik wisata harus memenuhi empat aspek utama, yaitu atraksi, aksesibilitas, fasilitas atau amenitas, serta layanan pendukung atau *ancillary services*. Dalam konteks pariwisata alam, Avenzora (2008) mengatakan bahwa aspek keunikan, kelangkaan, keindahan, seasinalitas, sensitivitas, aksesibilitas dan fungsi sosial dari sebuah destinasi alam menjadi variabel penting yang meningkatkan daya tariknya.

Sebaliknya, penelitian Daulay (2022) menemukan bahwa daya tarik wisata memang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, tetapi dalam beberapa kasus, dampaknya tidak sebesar fasilitas rekreasi. Temuan ini memberikan perspektif berbeda, terutama pada destinasi dengan daya tarik alam yang belum dilengkapi fasilitas penunjang yang optimal.

### Fasilitas Rekreasi

Fasilitas diartikan sebagai sarana yang mendukung kelancaran pelaksanaan suatu kegiatan atau memberikan kemudahan dalam menjalankan sesuatu (Rifansyah & Sihombing, 2022). Dalam konteks pariwisata, fasilitas merujuk pada atraksi buatan manusia yang berbeda dengan daya tarik wisata yang umumnya bersifat alami atau berasal dari sumber daya alam (Baud-Bovy & Lawson, 1998). Konsep ini diperkuat oleh Marpaung (2002), yang mendefinisikan fasilitas wisata sebagai elemen yang berfungsi untuk melayani dan mempermudah aktivitas pengunjung atau wisatawan, serta dirancang guna memberikan pengalaman rekreasi yang optimal.

Istilah “rekreasi” berasal dari kata latin “creature”, yang berarti “menciptakan,” dengan awalan “re” yang mengacu pada “pemulihan atau penyegaran daya cipta.” Rekreasi biasanya dilakukan pada waktu luang dengan tujuan mengembalikan dan meningkatkan kesegaran fisik, mental, serta pikiran yang hilang akibat



rutinitas sehari-hari. Aktivitas ini, baik secara individu maupun kelompok, bertujuan untuk mencari kesenangan, hiburan, dan pengalaman yang berbeda, sehingga memberikan kepuasan dan kegembiraan bagi jasmani dan rohani. Fasilitas rekreasi adalah sarana yang dirancang untuk mendukung kegiatan penyegaran tubuh dan pikiran yang bersifat bebas dan menyenangkan.. (Karyono, 1997).

Menurut Pendit Pendit (2002) ada sembilan indikator daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, diantaranya; keindahan, kebersihan, kenyamanan, keamanan, keragaman atraksi wisata, keragaman dan khas cinderamata, kelengkapan fasilitas dan aksesibilitas. Daya tarik buatan mampu menjadi Indikator keberhasilan keputusan berkunjung. Hal ini, dilatarbelakangi dengan jumlah wisatawan yang berkunjung kelokasi tersebut. Meskipun lokasi tersebut adalah daya tarik alam, namun wisatawan yg berkunjung cenderung memilih daya tarik buatan untuk meningkatkan kepuasan berkunjung ke lokasi tersebut (Eadington & Smith, 2016). Keunikan menjadi faktor penarik yang menjadi salah satu penentu tingkat kunjungan wisatawan ke suatu destinasi, semakin unik sebuah atraksi, destinasi tersebut akan semakin menarik (Swarbrooke, 2012).

### **Keputusan Berkunjung**

Keputusan pembelian adalah proses evaluasi di mana konsumen membandingkan berbagai merek, kemudian menentukan preferensi dan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai (Dewi et al., 2020). Dalam konteks pariwisata, keputusan pembelian dianggap sebagai keputusan untuk berkunjung, sehingga teori-teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian juga diterapkan pada proses pengambilan keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi (Rifansyah & Sihombing, 2022). Keputusan untuk berkunjung yang diambil oleh wisatawan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, seperti daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, harga, dan citra dari destinasi

tersebut (Kotler et al., 2017). Proses ini melibatkan tahapan seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2021).

Beberapa penelitian menyoroti bahwa pengalaman positif wisatawan, baik yang disebabkan oleh daya tarik alam maupun fasilitas rekreasi, dapat meningkatkan niat kunjungan kembali (Coudounaris & Sthapit, 2017).

Dalam konteks ini, penelitian Rifansyah & Sihombing (2022) menemukan bahwa keberagaman atraksi dan kelengkapan fasilitas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan keputusan berkunjung wisatawan.

### **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H0 : Daya tarik alam tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

H1 : Daya tarik alam berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

H0 : Fasilitas Rekreasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

H2 : Fasilitas rekreasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Situ Bagendit, sebuah daya tarik wisata di Jalan H. Hasan Arif, Desa Sukamukti, Kecamatan Banyuresmi, Kabupaten Garut. Situ Bagendit beroperasi setiap hari dari Senin hingga Minggu, menurut informasi dari pengelola. Operasi Situ Bagendit berlangsung dari pukul 07.15 hingga pukul 17.15 WIB. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengeksplorasi pengaruh daya tarik alam dan fasilitas rekreasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Situ Bagendit. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan analisis hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti secara terukur dan objektif (Sari et al., 2022).



Rancangan penelitian ini mengadopsi metode survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner, dilengkapi observasi langsung di lapangan dan wawancara kepada pengelola untuk memperkuat hasil analisis. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS), yang memungkinkan pengujian hubungan multivariat antar variabel dengan akurasi tinggi menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Populasi penelitian ini mencakup wisatawan yang telah mengunjungi Situ Bagendit dalam periode 2018–2023. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, jumlah kunjungan selama periode tersebut mencapai 715.561 wisatawan dengan rata-rata 119.260 kunjungan wisatawan pertahunnya. Dari populasi tersebut, sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) 10%, yang menghasilkan kebutuhan sampel sebanyak 100 responden. Responden dipilih secara purposive untuk memastikan bahwa mereka memenuhi kriteria inklusi, yakni pernah berkunjung ke Situ Bagendit setidaknya satu kali dalam kurun waktu yang ditentukan. Responden yang dipilih memiliki latar belakang usia yang beragam, mulai dari remaja hingga dewasa, guna mencakup berbagai perspektif dan preferensi wisatawan.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin, yang dirancang untuk mengukur tiga variabel utama: daya tarik alam, fasilitas rekreasi, dan keputusan berkunjung. Variabel daya tarik alam mencakup dimensi keunikan, kelangkaan, keindahan, seasonalitas, sensitifitas, aksesibilitas dan fungsi sosial, sedangkan fasilitas rekreasi meliputi jumlah wisatawan, keberagaman, kebersihan, keamanan, dan kelengkapan fasilitas. Variabel keputusan berkunjung diukur berdasarkan tahap-tahap proses pengambilan keputusan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian

informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan pembelian dan niat kunjungan kembali.

Sebelum digunakan, kuesioner ini diuji validitasnya menggunakan Pearson Product Moment dan reliabilitasnya dengan Cronbach's Alpha untuk memastikan bahwa instrumen tersebut layak dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian menggunakan program pengolah uji instrument IBM SPSS Statistic versi 23.

Proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form*, yang memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner secara fleksibel sesuai waktu dan lokasi mereka. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengamati kondisi aktual dari daya tarik alam dan fasilitas rekreasi di Situ Bagendit. Observasi ini mencakup aspek kebersihan, pemeliharaan fasilitas, dan pengalaman wisatawan saat menggunakan fasilitas yang tersedia. Untuk melengkapi data, wawancara informal dilakukan dengan beberapa pengelola dan pengunjung untuk memperoleh wawasan tambahan mengenai persepsi mereka terhadap revitalisasi Situ Bagendit.

Data yang terkumpul dari kuesioner dianalisis menggunakan dua tahap utama. Tahap pertama adalah analisis deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan pola jawaban mereka. Hasil analisis ini disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan diagram untuk mempermudah interpretasi. Tahap kedua adalah analisis inferensial, di mana SEM-PLS digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian diolah menggunakan software Partial Least Square atau SmartPLS 3.0. Model ini memungkinkan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, dengan kriteria pengujian berupa nilai t-statistik (diharapkan  $> 1,96$ ) dan p-value (diharapkan  $< 0,05$ ). Namun sebelum analisis, terlebih dahulu dilakukan uji outer model melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya melakukan uji Inner Model melalui uji R-Square (Coefficient





of determination), F-Square dan ( $f^2$  effect size) (Ghozali & Latan, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif Profil Responden

Profil wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner daring melalui *Google Form* kepada wisatawan yang telah mengunjungi Situ Bagendit. Dari hasil kuesioner yang berhasil dikumpulkan hingga batas akhir penerimaan, terdapat 102 responden, melebihi target awal sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 57,8%, sedangkan laki-laki sebanyak 42,2%. Berdasarkan kategori usia, responden didominasi oleh kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 64,7%, diikuti oleh kelompok usia 26–35 tahun sebesar 18,6%. Kelompok usia 36–45 tahun dan di atas 46 tahun masing-masing menyumbang 6,9% dan 9,8%. Dalam kategori pendidikan terakhir, sebagian besar responden adalah lulusan SMA sebanyak 51%, diikuti oleh lulusan S1 sebesar 37,3%, dan selebihnya berpendidikan Diploma, SMP, SD, atau S2 dengan persentase kecil. Dari sisi pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa dengan persentase 46,1%, diikuti oleh pegawai swasta sebesar 22,5%. Profesi lainnya seperti wiraswasta, PNS, guru, dan ibu rumah tangga masing-masing memiliki kontribusi yang lebih kecil. Berdasarkan pendapatan bulanan, mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 per bulan, yaitu sebesar 52,9%, yang sejalan dengan status mayoritas responden sebagai pelajar atau mahasiswa. Secara geografis, mayoritas responden berasal dari Kabupaten Garut sebesar 72,5%, sementara responden dari Bandung Raya dan Jakarta masing-masing menyumbang 22,5% dan 4,9%. Data ini menunjukkan bahwa Situ Bagendit lebih banyak menarik wisatawan lokal, terutama dari wilayah Kabupaten Garut.

### Analisis Statistik Deskriptif Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

Daya tarik wisata Situ Bagendit diukur melalui tujuh indikator dengan total skor sebesar 5.138, yang menunjukkan penilaian berada pada kelas interval “baik.” Mayoritas responden setuju bahwa Situ Bagendit memiliki pemandangan alam yang indah, dengan skor tertinggi sebesar 404. Pernyataan ini menegaskan bahwa keindahan alam di Situ Bagendit menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Namun, terdapat skor rendah pada indikator sensitivitas lingkungan, seperti “kualitas air yang mudah tercemar,” yang menunjukkan perlunya peningkatan pengelolaan lingkungan di sekitar Situ Bagendit.

### Fasilitas Rekreasi (X2)

Fasilitas rekreasi Situ Bagendit diukur melalui lima indikator, dengan total skor sebesar 6.048, yang juga masuk dalam kategori “baik.” Skor tertinggi diperoleh pada pernyataan mengenai spot foto yang banyak diminati oleh wisatawan, yaitu sebesar 429. Namun, indikator kebersihan fasilitas wahana air mendapatkan skor rendah sebesar 344, menunjukkan adanya keluhan wisatawan terhadap kebersihan area tersebut. Hasil ini mengindikasikan perlunya peningkatan kebersihan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

### Keputusan Berkunjung (Y)

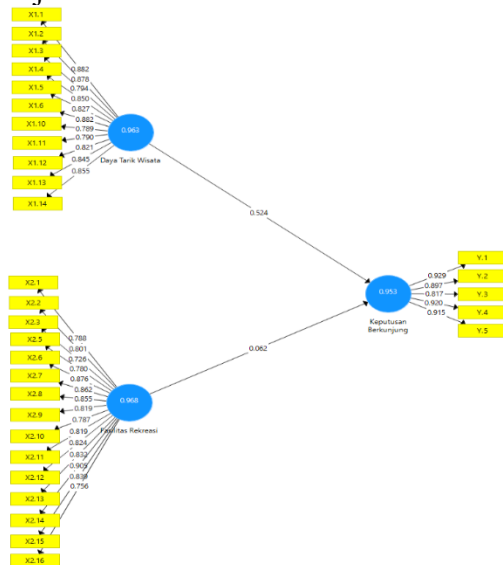
Keputusan berkunjung wisatawan dinilai melalui lima indikator dengan total skor sebesar 1.992, yang berada pada kategori “baik.” Indikator tertinggi adalah ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke Situ Bagendit, dengan skor 403. Hal ini menunjukkan banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke Situ Bagendit.

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan fasilitas rekreasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Situ Bagendit. Hal ini menggarisbawahi

pentingnya menjaga dan mengelola daya tarik alam serta meningkatkan kualitas fasilitas untuk mempertahankan daya saing destinasi wisata.

### Analisis Statistik Verifikatif Variabel Model Pengukuran (*Outer Model*)

Untuk menentukan reliabilitas dan validitas hubungan antara indikator dan variabel latennya, model pengukuran luar dipergunakan. Karena indikator laten mempengaruhi indikatornya, indikator penelitian ini yaitu reflektif (Ghozali & Latan, 2015). Pengukuran yang digunakan yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas.



**Gambar 1 Outer Model**

Berdasarkan Gambar 1, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator memberikan kontribusi yang valid terhadap variabel latennya. Oleh karena itu, indikator yang berperan dalam membentuk model penelitian ini diidentifikasi sesuai dengan konstruk yang telah dirancang. Namun berdasarkan gambar 1 diatas, ada beberapa indikator yang dihapus dalam pengujian validitas konvergen. *Rule of Thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat

exploratory (Ghozali & Latan, 2015). Agar terpenuhi dalam pengujian validitas konvergen, dilakukan penghapusan item indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0.7 dan menghitung ulang menggunakan PLS Alghoritm.

### Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali & Latan (2015), tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*), di antaranya nilai *R-Square* (R<sup>2</sup>), *Good of Fit Index*, dan *Path Coefficient*. Pengujian yang paling penting adalah model struktural, karena bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian dan menguji hipotesis yang telah diajukan dalam model penelitian.

### *R-Square* (R<sup>2</sup>)

Uji *R-Square* (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen tinggi (Sari et al., 2022). Nilai *R-Square* (R<sup>2</sup>) 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

**Table 1 Uji R-Square (R<sup>2</sup>)**

	R-Square (R <sup>2</sup> )
Keputusan Berkunjung (Y)	0.805

Berdasarkan tabel 1 diatas, menunjukkan bahwa nilai *R-Square* (R<sup>2</sup>) variabel Keputusan Berkunjung sebesar 0.805. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa besarnya tingkat variasi variabel Keputusan Berkunjung (Y) mampu menjelaskan secara simultan sebesar 80,5% oleh variabel Daya Tarik Wisata (X1) dan Fasilitas Rekreasi (X2). Kemudian nilai *R-Square* (R<sup>2</sup>) keseluruhan variabel menunjukkan bahwa model “kuat” dikarenakan lebih besar dari 0.75.

### *F-Square* (F<sup>2</sup>)

*F-Square* (F<sup>2</sup>) adalah ukuran *effect size* dalam *structural equation modeling* (SEM) dan digunakan untuk menilai pengaruh relatif atau



substantif dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F2 0.02, 0.15, dan 0.35 masing-masing mengindikasikan pengaruh kecil, sedang, dan besar dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali & Latan, 2015).

**Table 2 Uji F-Square (F2)**

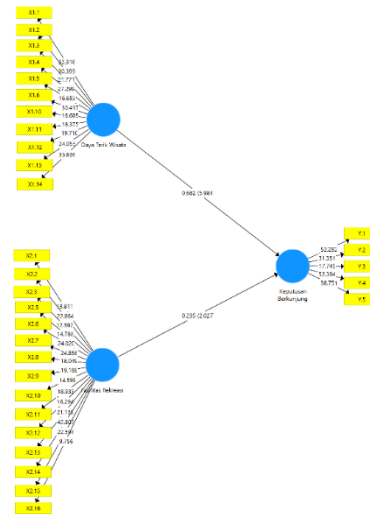
Keputusan Berkunjung	
Daya Tarik Wisata	0.524
Fasilitas Rekreasi	0.062

Berdasarkan tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa nilai *F-Square* (F2) variabel Daya Tarik Wisata sebesar 0.524 dan Fasilitas Rekreasi sebesar 0.062. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh “besar” terhadap Keputusan berkunjung dan Fasilitas Rekreasi berpengaruh “kecil” terhadap keputusan berkunjung.

### Hasil Pengujian Hipotesis

#### Path Coefficiency

*Path Coefficiency* bertujuan untuk menunjukkan tingkat signifikasi dalam pengujian hipotesis. Nilai yang digunakan (*two-tiled*) T-value 1.65 (*significance level* = 10%), 1.96 (*significance level* = 5%), dan 2.58 (*significance level* = 1%) (Ghozali & Latan, 2015). Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T-statistik lebih besar dari T-tabel 1,96 ( $\alpha = 5\% = 0,05$ ) yang berarti apabila nilai T-statistik setiap hipotesis lebih besar dari T-tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.



**Gambar 2 Model Hubungan Konstruk Penelitian**

**Table 3 Path Coefficiency**

	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values
Daya Tarik Wisata -> Keputusan Berkunjung	0.682	5.984	0.000
Fasilitas Rekreasi -> Keputusan Berkunjung	0.235	2.027	0.043

Berdasarkan gambar 2 dan tabel 3 diatas, dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Wisata ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berkunjung yang ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0.682. Nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 5.984 lebih besar dari 1.96 (T-tabel). Kemudian Fasilitas Rekreasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berkunjung yang ditunjukkan dengan koefisien parameter sebesar 0.235 dan nilai signifikan sebesar 0.043 lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai T-statistik sebesar 2.027 lebih besar dari 1.96 (T-tabel).





Berdasarkan uraian hasil pengujian hipotesis dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini yaitu:

**Table 4 Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Keterangan
Hipotesis 1 Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	H <sub>1</sub> Diterima
Hipotesis 2 Pengaruh Fasilitas Rekreasi terhadap keputusan Berkunjung	H <sub>2</sub> Diterima

### **Pengaruh Daya Tarik Alam terhadap Keputusan Berkunjung**

Daya tarik wisata merupakan faktor krusial yang mendorong kunjungan wisatawan ke suatu destinasi, memberikan pengalaman yang menyenangkan, serta memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dalam penelitian ini, daya tarik wisata Situ Bagendit dinilai melalui tujuh indikator, yaitu keunikan, kelangkaan, keindahan, seasonalitas, sensitivitas, aksesibilitas dan fungsi sosial (Avenzora, 2008). Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata Situ Bagendit secara keseluruhan berada dalam kategori baik, dengan keunikan menjadi indikator yang paling dominan berdasarkan skor tertinggi. Namun, indikator seasonalitas dan sensitivitas memiliki kontribusi rendah terhadap daya tarik wisata, dengan nilai loading factor di bawah 0,7, sehingga dianggap lemah dan harus dikeluarkan dari model penelitian.

Pernyataan “Situ Bagendit memiliki pemandangan alam yang indah” memperoleh skor tertinggi (404), menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa keindahan alam Situ Bagendit menjadi daya tarik utama. Sebaliknya, pernyataan tentang “lingkungan di sekitar Situ Bagendit mudah terganggu” memiliki skor terendah (320), mengindikasikan kawasan ini masih terjaga dengan baik.

Pengujian hipotesis membuktikan adanya pengaruh positif signifikan antara daya tarik wisata dan keputusan berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai path coefficient dengan T-statistic sebesar 5,984 ( $>1,96$ ) dan P-value sebesar 0,000 ( $<0,05$ ), menunjukkan bahwa daya tarik wisata menjelaskan sebesar 68,2% dari keputusan berkunjung, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan. Penelitian ini selaras dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susianto et al. (2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Riset yang dilakukan oleh dan kawan kawan menyatakan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas memiliki dampak positif terhadap keputusan berkunjung (Dewi et al., 2020). Penelitian lain yang sama dilakukan oleh Mulyati (2019) bahwa daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2022) mengatakan bahwa daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

### **Pengaruh Fasilitas Rekreasi terhadap Keputusan Berkunjung**

Fasilitas rekreasi merupakan faktor penting dalam pariwisata karena keberagaman dan daya tariknya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam penelitian ini, fasilitas rekreasi Situ Bagendit dinilai melalui beberapa indikator, seperti jumlah wisatawan, keberagaman, keunikan, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan (Eadington & Smith, 2016; Pendit, 2002; Swarbrooke, 2012). Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa indikator “Banyak pengunjung yang berfoto di spot foto Situ Bagendit” memiliki nilai loading factor sebesar 0,67, yang berada di bawah batas minimum 0,7 untuk penelitian bersifat confirmatory. Oleh karena itu, indikator ini dinilai lemah dan harus



dikeluarkan dari model penelitian (Ghozali & Latan, 2015).

Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden, total skor variabel fasilitas rekreasi adalah 6.048, yang menunjukkan bahwa fasilitas di Situ Bagendit secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Pernyataan “Banyak pengunjung yang berfoto di spot foto Situ Bagendit” memperoleh skor tertinggi (429), menegaskan bahwa spot foto menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Sebaliknya, pernyataan “Fasilitas wahana air di Situ Bagendit terjaga kebersihannya” memiliki skor terendah (344), mengindikasikan adanya kekurangan dalam kebersihan fasilitas wahana air. Temuan ini menggarisbawahi perlunya peningkatan kebersihan fasilitas untuk menciptakan kenyamanan lebih baik bagi pengunjung.

Pengujian hipotesis membuktikan adanya pengaruh positif signifikan antara fasilitas rekreasi dan keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai path coefficient pada T-statistic sebesar 2,027 ( $>1,96$ ) dan P-value sebesar 0,043 ( $<0,05$ ), menunjukkan bahwa fasilitas rekreasi dapat menjelaskan 23,5% dari keputusan berkunjung, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Temuan ini memperkuat pentingnya pengelolaan fasilitas rekreasi sebagai salah satu aspek strategis dalam pengembangan destinasi wisata.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fasilitas Rekreasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Penelitian ini selaras dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Susianto et al. (2022) bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Riset yang dilakukan oleh Dewi dan kawan kawan menyatakan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas memiliki dampak positif terhadap keputusan berkunjung Dewi et al. (2020). Penelitian lain yang sama dilakukan oleh Mulyati (2019), fasilitas diketahui memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa daya tarik wisata lebih berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, sementara fasilitas dan aksesibilitas tidak memberikan pengaruh signifikan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, untuk mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung, diperlukan adanya perubahan pada daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas. Dengan melakukan perubahan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. (Daulay, 2022).

### **Identifikasi Perbandingan Pengaruh Daya Tarik Alam dan Fasilitas Rekreasi**

Berdasarkan nilai *F-Square* ( $F^2$ ) variabel Daya Tarik Wisata sebesar 0.524 dan Fasilitas Rekreasi sebesar 0.062. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh “besar” terhadap Keputusan berkunjung dan Fasilitas Rekreasi berpengaruh “kecil” terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan nilai *path coefficient* pada *T-statistic* variabel Daya Tarik Wisata dapat menjelaskan sebesar 68,2% dari Keputusan Berkunjung sedangkan variabel Daya Tarik Wisata dapat menjelaskan sebesar 68,2% dari Keputusan Berkunjung. Berdasarkan pada hasil pengujian yang sudah dilakukan, kita bisa melihat bahwa daya tarik wisata pengaruhnya lebih besar daripada fasilitas rekreasi. Hal tersebut menandakan wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung ke Situ Bagendit karena daya tarik alam yang ada di Situ Bagendit.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun revitalisasi Situ Bagendit telah meningkatkan kunjungan wisatawan, kepuasan mereka masih belum optimal karena beberapa faktor seperti kebersihan dan biaya tambahan untuk fasilitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian di tempat wisata lain, seperti penelitian yang dilakukan di Danau Toba, Sumatera Utara, yang juga menunjukkan bahwa revitalisasi dan peningkatan fasilitas tidak selalu berbanding lurus dengan kepuasan pengunjung. Penelitian di Danau Toba



menemukan bahwa meskipun ada upaya perbaikan fasilitas, masalah seperti kebersihan, kurangnya fasilitas pendukung, dan interaksi dengan pedagang asongan mengurangi pengalaman wisatawan (Harahap, 2024). Selain itu, penelitian di kawasan wisata pantai di Bali juga mengungkapkan bahwa kebersihan dan pengelolaan sampah yang buruk dapat berdampak negatif pada kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan (Pradana et al., 2024). Kesamaan temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan revitalisasi tempat wisata tidak hanya bergantung pada peningkatan fasilitas fisik, tetapi juga pada pengelolaan yang berkelanjutan dan perhatian terhadap detail yang mempengaruhi pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Oleh karena itu, studi ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan dapat menjadi acuan bagi pengelola wisata di daerah lain untuk meningkatkan strategi mereka dalam menarik dan mempertahankan pengunjung.

Temuan ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2021) bahwa fasilitas yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong niat kunjungan kembali. Kekurangan dalam pemeliharaan fasilitas yang ditemukan dalam penelitian ini mengindikasikan adanya celah yang perlu diperbaiki oleh pengelola Situ Bagendit. Sebagai tambahan, pentingnya partisipasi wisatawan dalam menjaga kebersihan dan lingkungan destinasi juga perlu menjadi perhatian. Kampanye kesadaran lingkungan dan penyediaan fasilitas pendukung, seperti tempat sampah yang memadai, dapat membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini menyimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan berkunjung di Situ Bagendit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik terjaganya daya tarik alam di Situ Bagendit, semakin besar kemungkinan wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Selain itu, fasilitas rekreasi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin beragam dan terawat fasilitas rekreasi yang tersedia, semakin banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi destinasi ini. Namun, ketika pengaruh kedua variabel dibandingkan, daya tarik wisata memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan fasilitas rekreasi. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas wisatawan memilih untuk berkunjung ke Situ Bagendit terutama karena keindahan dan daya tarik alam yang dimilikinya.

### Saran

Secara teoritis, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel yang digunakan, yakni hanya mencakup 102 wisatawan yang berkunjung ke Situ Bagendit, dengan data kunjungan yang berhenti pada tahun 2022. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel serta mengintegrasikan data kunjungan terbaru untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Selain itu, penelitian mendatang juga diharapkan dapat menambah variabel lain yang relevan, seperti minat kunjungan kembali, kepuasan wisatawan, atau pengembangan kawasan. Hal ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan ilmu terkait pengelolaan dan pengembangan wisata di Situ Bagendit.

Secara praktis, berdasarkan hasil jawaban responden, kebersihan fasilitas rekreasi tercatat memiliki skor terendah di antara indikator variabel lainnya. Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola Situ Bagendit untuk lebih memperhatikan kebersihan fasilitas rekreasi, yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan selama kunjungan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik alam memiliki pengaruh yang lebih besar



dibandingkan fasilitas rekreasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan penting bagi pengelola dalam proses pengembangan kawasan, dengan tetap menonjolkan dan menjaga daya tarik alam sebagai aset utama Situ Bagendit.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Avenzora, R. (2008). *Ekoturisme Teori Dan Praktek*. Banda Aceh [Id]: Brr Nad Dan Nias.
- [2] Baud-Bovy, M., & Lawson, F. (1998). *Tourism And Recreation: Handbook Of Planning And Design*.
- [3] Coudounaris, D. N., & Sthapit, E. (2017). Antecedents Of Memorable Tourism Experience Related To Behavioral Intentions. *Psychology & Marketing*, 34(12), 1084–1093. <https://doi.org/10.1002/Mar.21048>
- [4] Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- [5] Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2). <https://doi.org/10.37301/Jmubh.V15i2.16895>
- [6] Eadington, W. R., & Smith, V. L. (Eds.). (2016). *Tourism Alternatives: Potentials And Problems In The Development Of Tourism*. University Of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9781512807462>
- [7] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Dengan Program Smart Pls 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- [8] Harahap, N. M. M. (2024). Collaborative Governance Dalam Revitalisasi Wisata Danau Toba Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara. *Sumur-Jurnal Sosial Humaniora*, 2(2), 45–55. <https://doi.org/10.58794/Sumur.V2i2.922>
- [9] Kabu, M. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisata Ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Tourism - Jurnal Pariwisata*, 2(1), 24. <https://doi.org/10.32511/Tourism.V2i1.316>
- [10] Karyono, H. A. (1997). *Kepariwisata Indonesia*. Pt. Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- [11] Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing For Hospitality And Tourism (Seventh Edition, Global Edition)*. Pearson.
- [12] Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*.
- [13] Lopian, S. Q., Mandey, S., & Loindong, S. (2015). Pengaruh Advertising Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- [14] Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata*. Alfabeta Bandung. Badan Pusat Statistik (Bps), 52.
- [15] Mulyati, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau Dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi.
- [16] Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana–Cet. 8 (Edisi Terbaru) Dengan Perbaikan–Perbaikan*. Penerbit Pradnya Paramita: Jakarta.



- 
- [17] Pitana, I., & Diarta, I. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata.
- [18] Pradana, G. Y. K., Sutiarso, M. A., & Purnaya, G. K. (2024). Model Pencegahan Dampak Buruk Pariwisata Di Desa Wisata Pucak Tingaan, Bali. *Abdi Satya Dharma*, 2(2).
- [19] Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170.  
<https://doi.org/10.55927/Ministal.V1i3.1149>
- [20] Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Unisma Press.
- [21] Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. 3(6).
- [22] Swarbrooke, J. (2012). *The Development And Management Of Visitor Attractions* (Second Edition [Repr.]). Routledge.
- [23] Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Penerbit Itb.
- [24] Wulandari, R., Yuliar, A., & Widyaningsih, W. (2022). Pengaruh Potensi Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Hutan Pinus Pasekan Wonogiri. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(3), 324–329.  
<https://doi.org/10.24036/Jkpbp.V2i3.46372>
- [25] Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 4611.





HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN